

Shopify séduit les marchands qui souhaitent développer leur présence en ligne. Mais une fois la boutique créée avec la plateforme d'e-commerce Shopify, la question de la visibilité se pose. Afin de gagner en position sur les **moteurs de recherche**, il est important de prendre en compte certains critères dans tout projet de référencement naturel.

Comment fonctionne le référencement naturel de site e-commerce ?

Le **référencement naturel Google** vise à proposer une réponse de qualité aux internautes effectuant une recherche. L'algorithme de classement des résultats de recherche développé par Google prend en compte une multitude de paramètres pour comparer les pages de l'ensemble des e-commerçants référencés et établir un classement. L'objectif final : répondre avec précision à la requête formulée par l'internaute.

Le contenu de votre site (qui implique d'optimiser les fiches produits, mais pas uniquement) doit contribuer à offrir une expérience de navigation de grande qualité. En respectant un ensemble de bonnes pratiques, vous ferez progresser le classement de votre **boutique en ligne**, et ainsi votre trafic entrant.

Quelles sont les bonnes pratiques pour le référencement d'une boutique Shopify

En matière de référencement, certaines actions sont indispensables pour partir sur de bonnes bases. Outre un contenu de qualité composé d'articles de blog contenant **balises SEO**, metatitle et metadescription, on veillera à respecter les points suivants :

Avoir un nom de domaine de qualité

Le nom de domaine doit refléter votre professionnalisme. Les noms de type `marque.myshopify.fr` proposés par la plateforme auront moins de crédibilité auprès des internautes - et moins de poids dans votre référencement - qu'un domaine portant votre nom, `marque.fr`. On veillera également à **optimiser les URLs** de toutes les pages.

Travailler son arborescence et son maillage interne

L'arborescence de votre site Shopify doit faciliter la navigation. Il est essentiel que les internautes puissent facilement passer d'un menu à l'autre ou consulter des catégories connexes à celle qui les intéresse. Ces éléments participent à **l'expérience utilisateur**.

Consulter Google Search Console pour corriger son plan de site

Shopify facilite la création de plans de site aux e-commerçants. Élaboré automatiquement par la plateforme, ce plan peut être soumis à la Google Search Console qui scannera le **contenu des pages** et vous fournira un rapport de couverture indiquant les erreurs et anomalies.

Garantir la rapidité de chargement du site

La rapidité de chargement et la disponibilité des pages sont des critères essentiels pour un bon référencement SEO. N'oubliez donc pas d'optimiser les images en utilisant le format JPG/JPEG ou PNG, en réduisant leur taille et en renseignant les attributs alt et un **texte alternatif** aux images. Il sera également important de les intégrer au plan de site.

Intégrer les bons mots-clés

Définissez une **stratégie de mots-clés** tels que peuvent les chercher les internautes. Ceux-ci devront être variés et répartis intelligemment dans le texte (home page, collections, fiches produits, articles). Même si certains sites peuvent aider à trouver des mots-clés et à voir les tendances générales, ce genre de recherches est souvent approximatif et ne donne pas de bons résultats. Pour se positionner sur les bons mots-clés et la bonne sémantique, il est préférable de confier cette tâche à un professionnel qui prendra aussi le soin d'effectuer une étude approfondie sur les besoins du groupe cible avec une vraie stratégie mots clés.

« La plateforme Shopify est un outil riche de possibilités. Une formation adéquate permet de prendre en main la solution et de cerner tous les angles d'optimisations à votre disposition. », Laurent Rignault - CEO et fondateur de l'agence Expertisme.

Comment mesurer la performance de son SEO avec Google Analytics ou Matomo Analytics ?

Google Analytics est incontournable pour mesurer les KPI liés à votre performance. Trafic sur les pages du site, termes de recherche, conversions liées, parcours d'achat complet permettent de développer une vision à 360° sur l'activité d'un site et de suivre la progression de son **référencement naturel**.

Les fonctions de Google Analytics permettent une analyse au jour le jour, mais aussi sur une période entièrement personnalisable. Il est ainsi possible d'observer les évolutions saisonnières ou après une refonte de site.

Bon à savoir :

- Le suivi Google Analytics peut être activé depuis toute boutique Shopify afin d'obtenir un suivi détaillé, idéal pour votre activité mais cet outil est déclaré non conforme par la CNIL depuis le 10/02/2022.
- Une solution alternative consiste à remplacer Google Analytics par une solution agréée CNIL comme Matomo Analytics, l'alternative Open source à Google Analytics, qui est désormais fonctionnel avec Shopify !

L'avis des experts d'Expertisme

L'optimisation de toute boutique en ligne Shopify doit se faire en tenant compte des besoins de l'utilisateur d'une part, et des attentes de l'algorithme de Google d'autre part. Comprendre les fonctionnalités de la plateforme et les utiliser correctement vous fera gagner du temps et permettra d'améliorer en profondeur votre référencement naturel. Expertisme vous fournit les clés pour un site conforme aux bonnes pratiques, à la fois sur le plan rédactionnel et technique.

Vous avez une boutique Shopify et souhaitez la rendre plus visible pour augmenter votre chiffre d'affaires ? Contactez-nous pour nous faire part de votre projet.